Industry Canada Industrie Canada

Business Plan

Office of Consumer Affairs

Consumer Connection

CONSUMER INFORMATION

Canada

MANDATE

Promote the interests of Canadian consumers

The mandate of the Office of Consumer Affairs (OCA) derives from that of the Minister of Industry, under the *Department of Industry Act*, "to promote the interests and protection of Canadian consumers." The promotion and protection of the consumer interest is a key aspect of achieving Industry Canada's departmental strategic objective of a fair and efficient marketplace.

The Office of Consumer Affairs works in partnership with other federal, provincial, and territorial departments and agencies, international organizations and non-government organizations responsible for consumer protection to achieve its objectives. This document highlights some of the Office's major accomplishments during the term of its last business plan, and sets its course for 2002–2003.

THE CONSUMER ENVIRONMENT

Over the past 10 years, major changes in the marketplace have brought significant benefits to consumers—as well as new challenges. New technology, growing international trade and deregulation have provided many new products and have radically changed the ways in which goods and services are marketed. Consumers have seen a substantial increase in the number of products available, greater market responsiveness to perceived consumer needs, and far more consumer choice.

Consumers who are well informed and well off are in a position to experience significant improvements in their welfare, and to make the contemporary marketplace work to their advantage.

On the other hand, many Canadian families experienced little tangible improvement in their standard of living over the past decade, while their debt levels increased. For those consumers who are less well off, who have less time to devote to understanding a more complex and information-intensive marketplace, or who may be less well informed, the results have often been less choice, more uncertainty and more risk.

The longer-term challenge for the Office of Consumer Affairs will be to promote a better understanding of these changes in the Canadian marketplace and to help define how government can respond to them more effectively.

FIVE STRATEGIC GOALS

Through its activities with the public and private sectors, the Office of Consumer Affairs uses information and innovative policy instruments to complement and support consumer protection regulation. Over the next two years, the OCA will work to fulfill its mandate through the achievement of five ***Strategic Goals:***

- Assist consumers in obtaining information on how to protect their interests in the marketplace,
- Influence the formulation of government policies to reflect consumer interests,
- Promote cooperation in the development of consumer policies across Canada,

103-02874/

- Assist consumer organizations to represent consumer interests effectively to government and the private sector, and,
- Work with the consumer movement and the private sector to develop new approaches to consumer protection.

MAJOR ACHIEVEMENTS AND ONGOING ACTIVITIES (1999–2002)

Consumer Information

- In 2000, the Office of Consumer Affairs launched the ***Canadian Consumer Information Gateway***, an Internet portal designed to radically improve public access to consumer information. The Gateway provides fast, easy access to the consumer information of 40 federal and 250 provincial and territorial departments and agencies, as well as 150 non-profit organizations. In 2002, the OCA added a new service to the Gateway, the "Complaint Courier," to help consumers complain more effectively and efficiently.
- The OCA also launched a series of new Web-based **information products** designed to help consumers protect their interests when dealing with key aspects of

the changing marketplace. These products are located at "Consumer Connection" on Strategis, Industry Canada's business and consumer information Web site. They include information and interactive tools dealing with: privacy; shopping safely on-line; money management; avoiding fraud; and calculators to help lower the costs of credit cards, banking packages and mutual funds.

- Together with its provincial and territorial partners, the OCA released the ***Canadian Consumer Handbook 2002*** on CD-ROM, now available through public and academic libraries across the country, as well as on the Internet.
- The OCA developed ***Consumer Complaints Management: A Guide for Canadian Business*** (prepared for federal, provincial and territorial ministers) and associated case studies on market-based redress.
- The OCA continued to publish its ***Consumer Quarterly***, both in hard copy and on "Consumer Connection." During the past year, the Consumer Quarterly released special issues on: helping young consumers surf the Internet shrewdly and safely; the work of federal, provincial and territorial ministers of consumer affairs; and consumers and standards.
- The OCA published *annual reports* on Financial Service Charges and periodic reports on Credit Card Rates.

Government Policies and Interjurisdictional Activities in the Consumer Interest

- Through the joint federal-provincial-territorial Consumer Measures Committee, the Office of Consumer Affairs helped to develop joint work plans to advance the consumer protection agenda in key areas: ***electronic commerce, consumer redress,*** disclosure of the ***cost of credit***, rules governing the actions of ***collection agencies***, and ***cooperative enforcement*** of consumer protection laws across the country.
- The OCA organized a ***forum of federal government offices that deal with consumer issues.*** The goals were to help participants: better inform each other of their consumer protection priorities; gain a broader understanding of consumer issues in the present marketplace; define areas of mutual assistance; and enhance their abilities to fulfil their consumer protection and information responsibilities.
- The Electronic Funds Transfer Working Group, chaired by the OCA, conducted an evaluation of operations related to the Canadian Code of Practice for Consumer Debit Card Services. The evaluation should be made public in the fall of 2002.
- The OCA chaired the Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD) working party that developed the ***Guidelines for Consumer Protection in the Context of Electronic Commerce.*** The OCA continues to work with the OECD consumer policy committee to promote implementation of the guidelines.

Working with Consumer Organizations

- Between 1999 and 2002, 60 organizations submitted 261 project proposals to the Office of Consumer Affairs' *Contributions Program for Non-Profit Consumer and Voluntary Organizations*. On average, 11 organizations receive funding under the Program each year. Projects addressed issues relating to financial services, consumer credit, electronic commerce, energy deregulation, sustainable consumption, auto retailing and repair, biotechnology, privacy, standards, and telecommunications. Seven development projects were also awarded to help organizations achieve greater financial self-sufficiency. In 2001–2002, the funding budget was increased from $1,000,000 to $1,690,000 annually.
- The Office of Consumer Affairs worked with consumer groups to improve their capacity to influence the policy-making process. The OCA assessed their project reports and conducted bilateral meetings with each group to assist in their future research activity and representation of consumer interests.

Developing New Approaches to Consumer Protection

The Office of Consumer Affairs worked on many fronts with many partners to advance the consumer interest in a variety of areas, including:

- exploration of potential consumer issues and solutions in the field of ***genetic privacy***,

- continuing work on the development of a voluntary labelling standard for ***genetically modified food*** products,
- development of a code of practice for ***consumer protection in electronic commerce***,
- continuing work regarding ***objectionable content*** in various communications media,
- participation in a working group on ethics and public confidence relating to ***biotechnology***,
- contribution to federal government responses to outside reports, such as those of the House Agriculture Committee, the Health Committee and the Canadian Biotechnology Advisory Committee, and,
- participation in the development of an international standard on complaints handling.

AWARDS AND RECOGNITION

Canadian Consumer Information Gateway

Technology in Government - Distinction Awards 2001

Gold - Innovative Partnerships and Alliances for Public Service Delivery

Gold - Leadership - Annual Achievement

Commonwealth Association for Public Administration and Management-International Innovations Awards Programme 2002, Finalist.

OUR FOCUS, 2002–2003

Assist Consumers in Obtaining Information on How to Protect Their Interests in the Marketplace

We will:

- On "Consumer Connection," launch a new information product, *Spending Smarter*, which includes interactive tools and a plain language guide designed to help consumers get the most out of every dollar when making major purchasing decisions,
- Create a searchable database of Canadian ***policy research*** produced by consumer groups and other organizations and academics,
- Evaluate and improve the navigation for "Consumer Connection", so that users can find information more quickly and easily,
- Work with the joint federal-provincial-territorial Consumer Measures Committee to develop *Reality Choices*, a series of consumer information modules for young adult consumers.

Influence the Formation of Government Policies to Reflect Consumer Interests

- The *Consumer Trends Report* is an ongoing initiative to examine the profile and role of consumers in the rapidly evolving contemporary marketplace. The Report will explore how consumers are faring in the Canadian marketplace and track trends (over time and in comparison with other countries) that affect consumers: demographics, income, wealth, debt, expenditures, attitudes, marketplace frameworks, etc.

The Report is intended to stimulate discussion among key stakeholders, including consumer groups, academics and government policy analysts. It will furnish an analytical base to support deliberations at a planned national symposium on consumer issues and also serve as a comprehensive analysis and overview of contemporary consumer issues,

In 2002–2003 the OCA will: develop the analytical basis for the *Consumer Trends Report*, including the first consultative draft of the Report; establish a new advisory committee to provide input on the Report; and begin advance planning for a national symposium on new directions in consumer analysis.

We will also:

- In partnership with the provinces and territories, launch a study of the implications of the ***General Agreement on Trade in Services*** negotiations on the capacity of governments to regulate in the area of consumer protection,
- Begin an ***exchange of information and analysis*** among federal departments and agencies with consumer protection responsibilities to help build a common understanding of consumer issues and explore means to more effectively share resources and experience.

Promote Cooperation in the Development of Consumer Policies Across Canada

To build toward a potential federal-provincial-territorial meeting of ministers responsible for consumer affairs in 2003, the Office of Consumer Affairs will

work with the Consumer Measures Committee on the following policy issues:

- A proposal for a harmonized approach to determine which jurisdiction's consumer laws apply in disputes between ***consumers and businesses located in different jurisdictions***,
- Development of a harmonized approach determining in which cases ***credit card chargebacks*** would be required,
- Development of an approach for consumer protection in the ***alternative consumer credit*** market (i.e. payday lenders).

Assist Consumer Organizations to Represent Consumer Interests Effectively to Government and the Private Sector

The Office of Consumer Affairs will:

- Review provisions governing eligibility for the Contributions Program for Non-Profit Consumer and Voluntary Organizations to provide greater clarity about which organizations are and are not eligible to receive funding,
- Promote greater co-operation amongst ***major national consumer organizations*** in areas such as information exchange, the development of common positions on public issues, and the pooling of resources to communicate with the public,

- Lead a partnership of consumer groups, academics and government personnel in work to design an effective consumer research network that will improve the ability of consumer organizations, academics and government policy analysts to exchange information and ideas.

Work with Governments, the Consumer Movements and the Private Sector to Develop New Approaches to Consumer Protection

The Office of Consumer Affairs will:

- Upon final agreement with stakeholders, publish the *Electronic Commerce Code of Practice*, and launch a related promotional Web site and public awareness efforts,
- Work with consumer organizations to bring the business practices of an initial group of on-line merchants up to the standards of the Electronic Commerce Code of Practice,
- Participate in the development of an international standard for complaints handling, and,
- With national stakeholders, explore the feasibility of national and international standards for *market-based codes of conduct*.

Note: all publications mentioned in this Business Plan are available either on-line or through the Office of Consumer Affairs. For further information please contact:

Office of Consumer Affairs
Industry Canada
255 Albert Street, 10th Floor
Room 1023
Ottawa, Ontario
K1A 0H5

http://consumer.ic.gc.ca
http://ConsumerInformation.ca

Industrie Canada Industry Canada

Plan d'activités

Bureau de la consommation

Carrefour des consommateurs

D'INFORMATION POUR LE CONSOMMATEUR

Canada

MANDAT

Promotion des intérêts des consommateurs et consommatrices du Canada

Le mandat du Bureau de la consommation (BC) relève du ministre de l'Industrie, qui est tenu par la *Loi sur le ministère de l'Industrie* de « promouvoir les intérêts et la protection des consommateurs et consommatrices du Canada ». La promotion et la protection de l'intérêt du consommateur sont un aspect essentiel de l'atteinte de l'objectif stratégique d'Industrie Canada : « un marché juste et efficace ».

Le Bureau de la consommation travaille de concert avec d'autres ministères et organismes fédéraux, provinciaux et territoriaux, des associations internationales et des organisations non gouvernementales responsables de la protection des consommateurs afin d'atteindre ses objectifs. Dans ce document, nous soulignons certaines réalisations importantes du Bureau au cours de la période correspondant à son dernier plan d'activités et nous établissons ses orientations pour l'exercice 2002-2003.

L'ENVIRONNEMENT DES CONSOMMATEURS

Au cours des 10 dernières années, d'importants changements survenus dans le marché ont entraîné des avantages considérables pour les consommateurs, ainsi que de nouveaux défis. La technologie, l'intensification du commerce international et de la déréglementation ont permis de créer un grand nombre de nouveaux produits et ont radicalement modifié la façon dont les produits et services sont commercialisés. Les consommateurs ont ainsi profité d'une augmentation considérable du nombre de produits offerts, d'une plus grande adaptation du marché à leurs besoins tels qu'ils sont perçus et d'un plus grand choix.

Des consommateurs bien avertis et au revenu confortable sont en mesure de connaître une amélioration considérable de leur bien-être et de profiter du marché d'aujourd'hui.

Toutefois, deux familles sur trois au Canada n'ont connu qu'une légère amélioration réelle de leur niveau de vie au cours de la dernière décennie, tandis que leurs niveaux d endettement ont augmenté. Les consommateurs dont les revenus sont moins élevés, qui ont moins de temps à consacrer à la compréhension d'un marché plus complexe et à forte intensité d'information ou qui sont moins bien informés ont vu leurs choix diminuer et l'incertitude et le risque augmenter.

Le défi à plus long terme du Bureau de la consommation consistera à promouvoir une meilleure compréhension de ces changements sur le marché canadien et à contribuer à définir la manière dont le gouvernement pourra y répondre de façon plus efficace.

CINQ OBJECTIFS STRATÉGIQUES

Dans le cadre de ses activités dans les secteurs public et privé, le Bureau de la consommation utilise l'information et des instruments stratégiques innovateurs pour compléter et soutenir la réglementation sur la protection des consommateurs. Au cours des deux prochaines années, le BC s'efforcera de s'acquitter de son mandat en réalisant cinq ***objectifs stratégiques*** :

- Aider les consommateurs à obtenir de l'information sur la manière de protéger leurs intérêts sur le marché;
- Influencer la formulation des politiques gouvernementales pour refléter les intérêts des consommateurs;
- Promouvoir la coopération pour l'élaboration de politiques de consommation dans tout le Canada;
- Aider les organismes de défense des consommateurs à représenter leurs intérêts de façon efficace auprès du gouvernement et dans le secteur privé;
- Collaborer avec les mouvements de consommateurs et le secteur privé pour élaborer de nouvelles approches en matière de protection des consommateurs.

PRINCIPALES RÉALISATIONS ET ACTIVITÉS EN COURS (1999–2002)

Information aux consommateurs

- En 2000, le Bureau de la consommation a lancé la ***Passerelle d'information pour le consommateur canadien***, un portail Internet conçu pour améliorer radicalement l'accès du public à l'information destinée aux consommateurs. Cette passerelle permet d'accéder rapidement et facilement à l'information fournie par 40 ministères et organismes fédéraux et 250 ministères et organismes provinciaux et territoriaux, ainsi que par 150 organismes sans but lucratif. En 2002, le BC a ajouté un nouveau service à la Passerelle, le « Courriel des plaintes », pour aider les consommateurs à porter plainte de façon plus efficace et efficiente.
- Le BC a également lancé une série de **produits d'information** offerts sur le Web et conçus pour aider les consommateurs à protéger leurs intérêts lorsqu'ils sont confrontés à des aspects clés du marché en évolution. Ces produits sont accessibles depuis « Carrefour des consommateurs » dans *Strategis*, le site Web d'Industrie Canada en matière d'affaires et de consommation. Ces produits comprennent de l'information et des outils interactifs portant sur la vie privée, l'aide au magasinage en ligne en toute sécurité, la gestion de l'argent, la façon d'éviter les fraudes et des calculateurs pour réduire les coûts d'utilisation des cartes de crédit, des services bancaires et des fonds communs de placement.
- De concert avec ses partenaires provinciaux et territoriaux, le BC a publié le ***Guide du consommateur canadien, édition 2002*** sur

CD-ROM, maintenant offert dans les bibliothèques publiques et universitaires dans tout le pays, ainsi que sur Internet.

- Le BC a publié ***Gestion des plaintes des consommateurs : guide à l'intention des entreprises canadiennes*** (préparé pour les ministres des gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux) et des études de cas connexes sur les recours axés sur le marché.
- Le BC a continué de publier son ***Bulletin trimestriel sur la consommation***, en version papier et dans « Carrefour des consommateurs ». Au cours de l'année écoulée, le Bulletin trimestriel sur la consommation a consacré des éditions spéciales à des sujets tels que l'aide aux jeunes consommateurs pour surfer sur Internet de façon avertie et sûre; le travail des ministres de la consommation des gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux; les consommateurs et la normalisation.
- Le BC a publié des ***rapports annuels*** sur les frais bancaires et des rapports périodiques sur les taux des cartes de crédit.

Politiques gouvernementales et activités interjuridictionnelles dans l'intérêt des consommateurs

- Dans le cadre conjoint fédéral-provincial-territorial du Comité sur les mesures en matière de consommation, le Bureau de la consommation a contribué à élaborer des plans de travail communs pour faire avancer le programme de protection des consommateurs dans des secteurs clés : ***commerce électronique, recours des consommateurs,***

divulgation du *coût du crédit*, règles régissant les méthodes des *agences de recouvrement* et *coopération en matière d'application des lois* sur la protection des consommateurs dans tout le pays.

- Le BC a organisé un important *forum des bureaux du gouvernement fédéral qui traitent des questions de consommation*. Les objectifs consistaient à aider les participants à mieux s'informer mutuellement sur leurs priorités en matière de protection des consommateurs, mieux comprendre les problèmes des consommateurs dans le marché d'aujourd'hui, définir les domaines d'assistance mutuelle et améliorer leur capacité à ass ıer leurs responsabilités en matière de protection et d'information des consommateurs.
- Le Groupe de travail sur le transfert électronique de fonds, présidé par le BC, a effectué une évaluation des opérations liées au Code de pratique canadien des services de cartes de débit. Cette évaluation sera publiée à l'automne 2002.
- Le BC a présidé le groupe de travail de l'Organisation de Coopération et de Développement Économiques (OCDE), qui a élaboré les *Lignes directrices sur la protection du consommateur dans le contexte du commerce électronique*. Le BC poursuit son travail avec le comité de la politique sur la consommation de l'OCDE afin de promouvoir la mise en œuvre des lignes directrices.

Travailler avec les organismes de défense des consommateurs

- Entre 1999 et 2002, 60 organismes ont soumis 261 propositions de projet au Bureau

de la consommation dans le cadre de son ***Programme de contributions pour les organismes bénévoles et de défense des consommateurs à but non lucratif***. En moyenne, 11 organismes bénéficient d'un financement dans le cadre du Programme chaque année. Les projets ont porté sur les services financiers, le crédit à la consommation, le commerce électronique, la déréglementation en matière d'énergie, la consommation durable, la vente au détail et les réparations des automobiles, la biotechnologie, la vie privée, les normes et les télécommunications. Sept projets de développement ont été également octroyés pour aider des organismes à devenir plus autonomes sur le plan financier. En 2001-2002, le budget de financement est passé de 1 million de dollars à 1,69 million par an.

- Le Bureau de la consommation a travaillé de concert avec des groupes de défense des consommateurs pour améliorer leur capacité à influencer le processus d'élaboration des politiques. Le BC a évalué leurs rapports de projet et organisé des réunions bilatérales avec chaque groupe pour les aider dans leurs activités de recherche et leur défense des intérêts des consommateurs.

Trouver de nouveaux moyens de protéger les consommateurs

Le Bureau de la consommation a travaillé sur de nombreux fronts avec de nombreux partenaires pour faire avancer les intérêts des consommateurs dans divers domaines, y compris :

- l'étude de problèmes et de solutions possibles dans le domaine de la confidentialité en ***génétique médicale***;

- la poursuite des travaux sur l'élaboration d'une norme d'étiquetage volontaire des produits ***génétiquement modifiés***;
- l'élaboration d'un code de pratique pour protéger les consommateurs dans le domaine du commerce électronique;
- la poursuite des travaux sur le ***contenu offensant*** dans divers moyens de communication;
- la participation à un groupe de travail sur l'éthique et la confiance du public dans le domaine de la ***biotechnologie***;
- la contribution aux réponses du gouvernement fédéral à des rapports de l'extérieur, comme ceux du Comité de l'agriculture, du Comité de la santé, et du Comité consultatif canadien de la biotechnologie;
- la participation à l'élaboration d'une norme internationale sur le traitement des plaintes.

PRIX ET RECONNAISSANCE

Passerelle d'information pour le consommateur canadien

La technologie dans l'administration gouvernementale - Prix de Distinction 2001

Médaille d'or - Créer des alliances et partenariats innovateurs pour la prestation des services publics

Médaille d'or - Leadership, réalisation annuelle

Commonwealth Association for Public Adminstration and Management-International Innovations Awards Programme 2002, Finaliste.

NOTRE OBJECTIF, 2002-2003

Aider les consommateurs à obtenir de l'information sur la manière de protéger leurs intérêts sur le marché

Nous allons :

- Lancer dans « Carrefour des consommateurs » un nouveau produit d'information, ***Dépenses et bon sens***, qui comprend des outils interactifs et un guide de language clair et simple destiné à aider les consommateurs à utiliser au mieux chaque dollar si durement gagné lorsqu'ils font un achat important;
- Créer une base de données consultable de ***recherche de politiques*** canadiennes produite par les organismes de consommateurs et autres organismes et universitaires;
- Évaluer et améliorer la navigation de « Carrefour des consommateurs » pour que les utilisateurs trouvent l'information plus rapidement et plus facilement;
- Travailler avec le Comité des mesures en matière de consommation conjoint fédéral-provincial-territorial pour créer ***À vous de choisir***, une série de modules d'information à l'intention des jeunes consommateurs adultes.

Influencer l'élaboration des politiques gouvernementales pour refléter les intérêts des consommateurs

- Le ***Rapport sur les tendances des consommateurs*** est une initiative visant à examiner le profil et le rôle des consommateurs dans le marché contemporain en évolution rapide. Ce rapport portera sur la place des consommateurs sur le marché

canadien et analysera les tendances (dans le temps et en comparaison avec d'autres pays) qui ont une incidence sur les consommateurs : données démographiques, revenu, richesse, dette, dépenses, attitudes, encadrement du marché, etc.

Le Rapport vise à stimuler la discussion entre des intervenants clés, notamment des groupes de défense des consommateurs, des universitaires et des analystes des politiques gouvernementales. Il servira de base analytique à l'appui des délibérations d'un futur colloque national sur les questions de consommation et fera une analyse et un survol approfondis des questions qui se posent aux consommateurs d'aujourd'hui.

Pour l'exercice 2002-2003, le BC définira le fondement analytique du Rapport sur les tendances des consommateurs, y compris la première version de consultation. Il établira un nouveau comité consultatif qui fera des observations sur le Rapport et commencera la planification préliminaire d'un colloque national sur les nouvelles orientations en matière d'analyse de la consommation.

Nous allons également :

- Lancer, de concert avec les provinces et les territoires, une étude des répercussions des négociations de l'*Accord général sur le commerce des services* sur la capacité des gouvernements à réglementer la protection des consommateurs;
- Commencer un *échange d'information et d'analyses* entre les ministères et organismes fédéraux ayant des responsabilités dans le domaine de la protection des consommateurs afin de

contribuer à une compréhension commune des questions de consommation et partager plus efficacement les ressources et l'expérience.

Promouvoir la coopération dans le domaine de l'élaboration des politiques de consommation dans tout le Canada

Pour préparer la future rencontre fédérale-provinciale-territoriale des ministres responsables de la consommation en 2003, le Bureau de la consommation coordonnera avec les responsables du Comité des mesures en matière de consommation les questions stratégiques suivantes :

- Proposition pour une approche harmonisée afin de déterminer quelles lois sur la consommation s'appliquent dans les différends qui surgissent entre *des consommateurs et des entreprises relevant de juridictions différentes*;
- Élaboration d'une approche harmonisée pour déterminer dans quels cas ***les imputations des frais de carte de crédit*** s'appliqueraient;
- Élaboration d'une approche pour la protection des consommateurs dans le marché du ***crédit à la consommation parallèle*** (p. ex. organismes prêteurs jusqu'au jour de paie).

Aider les organismes de consommateurs à représenter leurs intérêts de façon efficace auprès du gouvernement et dans le secteur privé

Le Bureau de la consommation :

- Examinera les dispositions sur l'admissibilité au *Programme de contributions pour les organisations sans but lucratif de consommateurs et de bénévoles* dans le but de préciser les organismes qui sont ou non admissibles à recevoir des fonds;
- Aidera les *principaux organismes nationaux de consommateurs* à promouvoir une meilleure collaboration dans des domaines tels que l'échange d'information, l'élaboration de positions communes sur les enjeux publics et la mise en commun des ressources pour communiquer avec le public;
- Dirigera un partenariat de groupes de consommateurs, d'universitaires et d'employés de l'État pour concevoir un *réseau de recherche en consommation* efficace, qui améliorera la capacité des organismes de consommateurs, des universitaires et des analystes des politiques gouvernementales à échanger des informations et des idées.

Collaborer avec les gouvernements, les mouvements de consommateurs et le secteur privé pour élaborer de nouvelles approches en matière de protection des consommateurs

Le Bureau de la consommation :

- Publiera le *Code de pratique du commerce électronique* et lancera un site Web de promotion connexe ainsi qu'une campagne de sensibilisation du public, après accord final avec les intervenants;
- Travaillera avec les organismes de défense des consommateurs pour que les pratiques commerciales d'un premier groupe de commerçants en ligne soient conformes aux normes du Code de pratique du commerce électronique;
- Participera à l'élaboration d'une norme internationale sur le traitement des plaintes;
- Étudiera avec les intervenants nationaux la faisabilité de normes nationales et internationales pour des ***codes de conduite axés sur le marché.***

Nota : toutes les publications mentionnées dans ce Plan d'activités sont accessibles soit en ligne, soit par l'intermédiaire du Bureau de la consommation. Pour de plus amples renseignements, veuillez communiquer avec :

Bureau de la consommation
Industrie Canada
255 rue Albert, 10e étage
Pièce 1023
Ottawa (Ontario)
K1A 0H5

http://consommateur.ic.gc.ca
http://infoconsommation.ca